

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCUBUANA

Fransiska Maria Destriana Safitri (44207120073)  
Proses Komunikasi “Call Center” Dalam Upaya Meningkatkan Pelayanan Prima  
Bank BRI  
Total halaman: x + 97; 29 Lampiran  
Bibliografi: 31 Buku (1998 – 2008)

### ABSTRAKSI

Kebutuhan akan tersedianya layanan *Call Center* saat ini bukan lagi sesuatu yang baru, melainkan sebagai salah satu usaha dalam memberikan pelayanan prima kepada nasabah. Tugas *Call Center* ini tidak semata-mata hanya menerima telepon dari pelanggan atau menjawab pertanyaan nasabah, tetapi lebih kepada upaya menghubungkan perusahaan dengan nasabah. Di sisi lain, kehadiran *Call Center* dalam suatu perusahaan juga dapat menjadi saluran yang lebih terbuka (*unlimited access*) bagi nasabahnya, karena merupakan layanan yang dapat diakses 24 jam sehari, 7 hari dalam seminggu sepanjang tahun.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui proses komunikasi yang terjadi dalam *Call BRI* sebagai salah satu penunjang dalam memberikan pelayanan prima kepada nasabahnya. Proses komunikasi yang terjadi diawali dengan adanya gagasan sampai terbentuknya pesan, yang kemudian disampaikan secara lisan melalui suatu media, disini pengirim berusaha meminimalisir gangguan/hambatan yang dapat terjadi. Selanjutnya terjadi proses pemahaman oleh penerima pesan, yang pada akhirnya akan tercipta umpan balik. Sedangkan 6 unsur dari pelayanan prima adalah keterampilan (*ability*), sikap (*attitude*), penampilan (*appearance*), perhatian (*attention*), tindakan (*action*), dan tanggung jawab (*accountability*).

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif kualitatif dengan metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Sedangkan narasumber dalam penelitian ini terdiri dari 4 orang yang bertanggung jawab dan terlibat langsung dalam kegiatan proses komunikasi di *Call Center BRI* dan 5 orang nasabah Bank BRI yang pernah menghubungi *Call BRI*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara terhadap kedelapan narasumber tersebut.

Hasil penelitian ini berupa terjadinya proses komunikasi yang dinamis dalam *Call Center*, yang didukung pula dengan adanya teknik komunikasi informatif dan persuasif, dan gaya komunikasi berupa *equalitarian style (two-day traffic of communication)*. Selain itu terciptanya pelayanan prima dalam memberikan pelayanan kepada nasabahnya.